

Episode of growth 17 ◎丹野克郎のOne Step

苦しさが、じつは楽しさ。

前の持ち場で、コンベアがよく止まることがあった。ビンが詰って自動停止した。詰る箇所で観察しながら丹野は思った。コンベアの手数を遅くしてみたらどうだろう。試してみたら、逆に効率が上がった。同じやるなら、やつつけ仕事はしたくない。根底には楽しむという意識がある。単調な仕事ならなおさらだ。楽しみや面白さをどこかで見つけようとしている自分がいる。楽しむって大切ですよねと、彼はいう。苦しいことは、ぜんぶが苦しいのではなくその中に楽しさが潜んでいることを彼は感じている。仕事でも苦しいことは当然ある。それを楽しんでやろう。そんな意識を「どMってやつなんですかね」と恥じらう。1月から配属となったユーティリティ担当ではボイラーを扱う。今は、新しい仕事を覚えるのに精いっぱいだという。誇りに思えるようなことはないと言いが、逆に言えば、いい加減にやっていないということだ。この程度でいいかと思っていない。ある人に、自信という言葉の意味を教わった。自らの正を信じること。でも、大抵の人が自己満足だったり、過信をしたり、己を過大評価をする。そうならないかと自分を振り返り、戒めとすることにした。もうひとつ、楽天的な賢さも必要だと説かれた。前向きにならないと、前には進めない。能天気でもなく暗くもならない。あら



かじめ自らの可能性を消さずに物事に取り組む姿勢を学んだ。「ちまちまが好きだ」と彼はいう。そんな仕事をやっていることに、快感があると彼はいう。彼の中の職人気質が顔をのぞかせる。新しい持ち場では覚えなくてはならないことが多いのだが、「今の状況は通過点にする」と、力強い眼差しが眼鏡の奥に光った。

たんのかつお
丹野克郎

ホッピービバレッジ株式会社 調布工場 製造部門 製造部門
生産管理課 生産管理チーム ユーティリティ担当

黒がうまくなっただ。

「この黒ホッピー、うまいな」
「いつもと同じだろ」
「ピンは同じだけど、違う気がする」
「気のせいだよ」
「飲んでみろよ」
「どれどれ、あ、香りがよかった」
「そうだろ」
「泡もちもいいなあ」
「なんて言えばいいのかな、
クリアになった」



最近、そんな会話が
となりのテーブルから
聞こえてくることがある。
家で飲むホッピーブラックも、
間違いなくすっきりとおいしくなってる。
そのわけを探ってみた。

**淹れ過ぎたお茶が
苦いように。**

例えば、黒ビールにはどっしりとしたコクがある。黒ホッピーもそれをめざして、いままでは麦芽と水を混ぜ麦汁をつくる工程にじっくりと長い時間をとっていた。ドイツから招いたビール界の巨匠ドクター・カタイン先生は、そんなに時間をかけなくてもしっかりと味は出せると、その工程に改良を加えた。この工程では、基本的に温度を一定に保ち麦汁をつくるのだが、どの温度で何分間保持するかはそれぞれのブリュワリーの秘伝となっている。それで味が変わってくるからだ。ホッピービバレッジは、ドイツビール界の巨匠直伝の方法で、時間を短縮。麦芽本来の旨味が前面に出てきたのだ。

酵母が元気だと、うまくなる。

麦汁の発酵をつかさどる酵母の管理方法に改良が加えられた。酵母は、大元の酵母を増殖したり再利用するのだが、その管理方法を改良することで酵母自体のクオリティが向上した。酵母本来の力をより発揮できる状態にすることができた。元気な酵母は発酵時間も短くなる。つまり、発酵時間が長くなるより、断然発酵の工程がコントロールしやすくなる。めざす発酵状態が作りやすくなったというわけだ。その結果、酵母の香りがいき、味のバランスが断然よくなった。

味も色も、よりクリアに。

発酵を終えたホッピーの原液は最終的にビン詰めされる前にろ過される。ろ過機を通す時の流量はバルブの開き方で変わるのだが、早い流れをつくるとろ過しきれないものが出てくる。逆にゆっくり過ぎても生産に追いつかなくなる。その開度は今まではある種職人技の世界だった。この工程に新たな計測器を加えることによって、管理しやすくなり、味も色もよりクリアになった。

**よりきめ細かい泡が、
おいしい。**

ジョッキに注ぐとよりきめ細かい泡がつくれ、その泡がずっと持続する。きめ細かい泡は口当たりをマイルドにして、のみやすくする。この泡立ちの良さは、煮沸工程を改善することで実現した。

**黒ばかりか、
じつは、ホッピーも。**

酵母のクオリティが向上したことも相まって、また、製造ラインを統合しすべてのホッピーの品質を揃えることで、ホッピーはリターナブルびんもワンウェイびんも、ホッピーも黒ホッピーも、よりクリアに、よりピュアに、おいしくなっている。ぜひ、一本、お試しください。



その噂は本当か。

ホッピーミーナ(以下、M) 岡島先生はグロービス経営大学院で教授をしておられ、その学生さんがケーススタディで弊社を取り上げられたのがそもそものご縁でした。そして、田園調布雙葉の先輩でもいらっしゃる。そのキャリアを文字で追いかけただけでもとてもないお方。

岡島悦子さん(以下、O) 感じの悪い経歴ですよ(笑)。小学校の時、父の転勤について行き、東京に戻っても雙葉には戻らなかった。向こうで共学だったので、東京に戻っても共学がいいなと。箱入りで育てようとしたら箱が破れちゃった(笑)。

M 以前、ごいっしょした時にフェイスブックにあげたら、同窓生たちから「あのえっちゃんでしょ?」ものすごい反響でした。それほど私たちの代でも有名だった。

O ちいさな学校だし、ある意味スモールサエティなので。学級委員くらいはやってましたが、全然目立ってなかった。

M ひと言でいうと、とっても憧れなんです。もう、足元にも及ばないけれども。
O ありがとうございます。今の私の仕事は、多分他の人から見るとわかりにく

いですけど。

M そのあたりを解説していただけますか。

O やっているのは、経営者のお医者さんみたいなことです。社長がお一人で経営されている会社も、チームで経営されている会社も、あるいはオーナーご自身では経営をやっていない会社もあります。会社は成長して行く中、やはり成長の痛み、みたいなものが出てきます。例えば海外に出て行くとか、新規事業を立ち上げるとか、会社のフェーズが変わって行く時、外部から経営者を入れたほうがいいのか、内部から抜擢したほうがいいのか、抜擢するならその前の母集団形成はどうするか、などのご相談に乗らせていただいて、処方箋を書くということをやっています。で、外部から人材を入れるケースだと、ヘッドハンティングをする。社内から人材を抜擢するなら、2000人規模の会社の場合、200人くらいの社員にお会いして候補者を選び、3～5年トレーニングして執行役員に登用していくというようなことをやっています。世の中的にいうと経営コンサルタントという仕事なんです。それに加えてヘッドハントという仕事、さらには経営をお教える講師み

たいな仕事も含まれています。といっても、それらはすべて「業」の部分で、もともとやっている仕事は、経営チームを強くするための「処方箋」を書く、という仕事です。

M よくヘッドハンティングとかコンサルタントと紹介している記事がありますが。

O 「経営×人」という領域での診療。なので、経営者のかかりつけ医みたいなものです。外科手術としてヘッドハンティングをする際は、自分の得意じゃない領域については他のヘッドハンターさんをお願いすることもあります。

M どんな会社とお仕事をされているのですか。

O 長くおつきあいしている経営者がたくさんいます。年間200人くらいの経営者のご相談にのっています。

M 業種もばらばら?

O いろんな業態、いろんなステージ、いろんな会社です。共通点が唯一あるとすると、好きな会社さんとしか仕事をしないようにしています。

M 岡島先生の好きな会社というはどんな会社ですか。

O つまるところ、経営者のビジョンに共感できるか、好きになれるかどうか



です。外から人材を入れるにしても中の人材を育てるにしても、その会社のことが好きとか、その業態に自分が興味を持てるとかじゃないと、やはり時間をかけてコミットして、情熱を持ってやれないですよ。好きな経営者の好きな会社とお仕事しか、お引き受けしないです。

M ものすごく精魂込めてお仕事されておられますよね。

O ちょっとやりすぎかもしれませんが(笑)。

M 去年お誕生日のパーティーのお招きいただいたのですが、

O 「悦子の部屋」という名前になっています(笑)

M 呼ばれた我々がお互い知らない同士。そしたら、お一人ずつ写真がついた人物紹介用パワーポイントが会場に流れていた。あれは岡島先生がご自分で作られたのですよね。

O 誕生日のティアラも、スワロフスキーを自分でひとつずつ付けました。好きなことは自分でやりたいので。

M だから、おもてなしというハートがものすごい。毎日の仕事になったらもっとそれが入るんだろうなと想像がきます。

O だから、共感できない経営者のお仕事はできないんです。人間としてどこかチャーミングな人だと、しょうがないな、ここまで私がやるの?と思いがちながらもやってしまうんです。企業にお送り

する候補者の場合でも、ある部分に難はあるけれどチャーミングだな、という方と、レジュメは完璧だけど、私はあまり共感できないという方では、前者のほうがうまくいくケースが多い。

M 仲人さんみたいな。

O まったくその通りですね。人材をご紹介する際、私は事前にかなり詰めちゃうんです。企業からは相当あからさまに情報を出していただくし、候補者の方からもあからさまにお話いただく。その結果、ご紹介自体が破談になるリスクは高まりますが、ご入社半年後に双方「こんなはずではなかった」となるより余程よいので。ヘッドハンティングの成約率は下がる可能性はありますが、後々の事故はかなり少ないんです。

M 好き嫌いて、じつは正確な判断基準に思えますが。

O これまで3万時間くらいは、人の目利き、みたいなことに費やしています。しかも、一人ひとりを濃く見ているので、いろんな法則が自分の中に蓄積されています。いわゆるアルゴリズムみたいなものができているんです。相手に対して、違うな、と感じる違和感のような直感は多分あっていて、そこで仕事の相手として信頼できるか、をはじいているというのはありますね。

M やはりお話をうかがいながら、情熱的だなあと。情熱的に生きていらっしゃるその生き様にやはり憧れるなあと。いい意味でとても高いところにいらっしゃるの、本当に追いかけていたいと思うのです。

O ミーナさんこそ情熱を持って人材育成に取り組んでおられ、社内を少しずつ変えていこうとされているのを、私は好感を持って観させていただいています。応援したいといつも思っています。

M ありがとうございます。そうやっていただくとても励みになります。

O 私は自分が大切にしている価値観の中に、「自由」ということがあって。だから、今のような働き方になっているんだろうと思います。自由って、「自らに由る」と読むらしいんです。エゴとかかわがままではなく、自分がありたいように、とか、すべての人が違ってもいいんだとか、そういうことが私は好きなので、みんなが働きやすいといいなとか、もっと仕事を楽しめるようになるという社会にしたいな、という気持ちがある。

そのためには何をすればいいのかというところに、必ず戻っているんです。

M 我欲じゃないんですね。利他ですよ。私は社内でもトップの身なので、どこかで傲慢になる危険性がある。その点でも目標になる先輩がいるのは本当にありがたいなと改めて思います。

O 今日は蕁麻疹がでそう。ほめられ蕁麻疹。

M 本気ですから。

O トップの方って、孤独を抱えているんです。でも、同じトップ同士ならそれを共有できるし、話し合える。だから悦子の部屋をやっているんです。

M だから、ぜひまた悦子の部屋をもっと定期的をお願いします。

O 毎月やってという声もあって、月命日じゃないんだけど、と(爆笑)。みなさんが束縛や呪縛から解放放たれて生き生きとしていただけるようなサロンを主宰することが、はるかなる野望としてはあるんですが。

M 楽しみにしております。本日はありがとうございました。



情熱に聴く

第3回◎株式会社プロノバ代表取締役 CEO

岡島悦子氏

経営者のかかりつけのお医者さんは、人を見抜くプロであり、人と人をつなぐプロでもある。
そして、人材を育てることにかけても。
同窓の憧れの先輩にその真髄をうかがった。





ホッピー大使に、大鶴義丹さん就任。

ホッピーを愛してくださる人がいる。
愛するというより、惚れ込んでいただいているというほうが正しいかもしれない。
ホッピーへのこだわり方も半端ではない。
もしかすると、メーカーである私たちがうかがい知れないところまで思いを馳せ、
こだわりを持った飲み方、楽しみ方まで発見している。
私たちは当然製品に愛着を持っているが、
私たち以上に愛情を注ぎ込んでいるのではと考えるほど、彼らの思いは深く熱い。
そして、その思いは周囲に伝搬し、巻き込み、大きな影響力を持つ。
ホッピーのエバンジェリスト(伝道師)たるそんな存在を、
この度、私たちはホッピー大使と呼ばせていただくことにした。
その最初の一人に就任していただくのは、大鶴義丹さんである。

30代まで ホッピーを知らなかったことを悔やむ。

大鶴義丹さんは、劇作家にして芥川賞作家であり俳優でもある唐十郎さんと女優李麗仙さんのご長男として生まれ、劇団の稽古場がわが家という中で育った。自らも俳優であり、小説家であり、また映画監督としても活躍され、マルチな才能を発揮されている。義丹さんは、若い頃はあまりお酒を飲まなかったそうだが、30代になって、やきとんブームの時にホッピーを飲んでびっくり。なんで早く教えてくれなかったのと、それまでホッピーを知らなかったことを悔やんだ。それ以来、大のホッピーファンとなり、それはテレビなどでも公言されている。

ホッピーにはイコライザーがついている。



もともと料理好きな義丹さんは、ホッピーを料理に合わせて調整する。焼酎の濃さはいうに及ばず、焼酎の種類まで料理に合わせて変えるのだという凝りよう。マリージュの考え方が徹底している。ホッピーは、そういう飲み方ができるというのが、義丹さんの考えだ。「ビールに喩えるのは間違っていることを承知の上でいいますが、ホッピーはイコライザーがついているビールといえます」。音響機器のイコライザーは、楽曲によって音質を補正するもの。ビールは濃さも味も変えられないが、ホッピーなら食べるものに合わせてその調整ができる。そこが、イコライザー説の理由。同じやきとんでも部位によって濃さを変えたほうがおいしいのだそう。例えばガツなら薄め、レバーなら濃いめというように。これはもう、義丹さんをホッピーソムリエというしかない。

中央線沿線とホッピーには、本音がある。

義丹さんは、基本いわゆるシロ派。対して、黒ホッピー派なのが奥様。時々その黒をもらって、少し注ぐ「ニッパチ」もおいしいという。黒2:シロ8の割合、だからニッパチ。ハーブ&ハー

ブという飲み方はよくあるが、この配合は新鮮だ。こんなアイデアも義丹さんならではの。

中央線沿線で生まれ育った義丹さんは、やはりこの沿線が大好き。「麻布とかは、1対9の割合で行かないです。なんか、ちっちゃな嘘がある。でも、中央線沿線の店はすべて本音。あけびろげ。そこが好きだし、落ち着きます」。義丹さんは高円寺、阿佐ヶ谷、荻窪界隈は、ほとんどの店を回り尽くしている。その中でひとつだけホッピーの店を挙げるとすれば、西荻窪の米田だそう。扉のない狭さが好き、地鶏のうまさとマグロが好き、二階のVIPルームと呼んでいる元おばあちゃんの部屋を貸し切るのが好きだそう。

ホッピーには男の本音があると、義丹さんはいう。ホッピーを飲むのは、己と向き合う時間だとも。だから、一人で本を読みながら、あるいは次の映画の構想を練りながら、義丹さんが飲んでいるとしても、「これからは酔っ払い扱いしないでほしい」と笑う。ただの酔っ払い扱いされたら、これからはホッピーミーナ公認の「オレはホッピー大使だぞ」と胸を張って言いたいそう。でも、義丹さん、ホッピー大使の就任状は免許符ではありません。飲み過ぎにはご注意ください。孟母三遷ではないが、長年住んだ阿佐ヶ谷から「このままではあなたがダメになる」と義丹さんの健康を思った奥様が引越越しされたのだから。



**東京メトロ
銀座線編 ⑥
【新橋その2】**

ホビ鉄とは 電車に乗ってホッピーを飲みに行こう!!
ホッピーが飲める店をリレーして、電車を乗り継ぎながらホッピーを飲むことをホビ鉄といいます。

◆新橋

お店を長く続ける秘訣はどこにあるのだろう。神久さんは「情だ」ときっぱりと言う。「親身になって話を聞く。それ以上のことができるわけじゃありませんが、お客様とできるだけコミュニケーションをとることを、親からも教えられてきました」。店主のお母さんも現役で店を切り盛りしている。そのお母さんの笑顔もまた人を引きつけてやまない。すでに新橋の会社を退職したOB達も、わざわざその笑顔にあいたくてこの店に戻ってくるそう。ほとんど



が常連客だから、話の中身も通り一遍ではなく、仔細なことになっていくのかもしれない。お客様からみれば、話を聞িয়েくれることで特別な親密感ももてる。神久さんの名刺には、店名の上に vital communication zone との記述があった。仕事の愚痴や家族にも話せないことを、お酒を飲みながらここで吐きだしてカタルシスをえる。そんな、サラリーマンの救いの場なのかもしれない。こってりした味だった名物のモツの煮込みは、時代とともにあっさりしたものに変化した。しかし、人が集う店の真髄は、変わっていない。



青樹

東京都港区新橋4-15-3 電話：03-3459-9655

営業時間：16:00～23:30(日祝定休) お取り扱い商品：ホッピー、黒ホッピー



もともと有楽町にあった店が新橋に越してきたのは14年前。そこも、長い間凍結されていたマッカーサー通りの工事再開で移転を余儀なくされ、現在の通りに店を移し、さらに、去年の5月に斜向かいの旧2号店を改築して、3階までを店舗とする現在の店になった。マッカーサー通りに面した店の時代には、狭い店内にお客様が入りきれず、やむなく窓枠に手作りの棚を据えて、そこをカウンター代わりに外で飲む

お客様がでるようになった。外飲みの発祥である。次の店では、ながら縁側のように軒下に椅子とテーブルを置くと、そこから席が埋まっていった。現在は諸事情により、店外での飲食は自粛となっている。だが、新橋にあって開放的な空間での酒の楽しさを教えてくれたのは、この青樹であることは明記しておきたい。

これだけ人が集まるのは、やはり、安くておいしいというごくごく基本をずっ



◆新橋

えのき亭

東京都港区新橋3-16-3 烏森ビル1～2F 電話：03-3434-5735

営業時間：15:00～23:00(1F)/16:00～23:00(2F)(月～金)12:00～22:30(1・2F)(土日祝)(無休) お取り扱い商品：ホッピー、黒ホッピー



創業50年、老舗中の老舗である。テレビ番組「シルシルミシル」で「新橋で最も古い焼き鳥屋」として認定された。名物の大串炭火焼き鳥は通常の2倍のボリューム。創業以来継ぎ足し継ぎ足しで使われているタレが、まさに伝統の味を醸し出す。社長の榎勇さんは、「安売りを目玉にするチェーン店が増えた中で、えのき亭は味で勝負している。常に旬の食材を吟味し、料理の味を自らチェックしている」という。たまたまひとつだけ料理の味が落ちてい

たとしても、それで店は評価される。だから、焼き鳥は言うに及ばず、すべての料理の味がしっかりしていなければならない。毎日欠かさず焼き鳥の焼き具合、料理の盛りつけに目を光らせるのは、そんな理由からだ。店は年中無休で、榎さんにも休みがない。休まなくても平気だという。1階が50席、2階が70席の店内は整然としていて、50年という歳月に磨かれた風格がある。これも榎さんの目が隅々にまで配られている証しだ。行き届いた掃除がくつ

ろげる空間をつくっているのだ。ホッピーも古くからメニューにある。お品書きをみると、ホッピービアと書いてあり歴史を感じさせる。

各界の名士もお店のご常連だという。その日も団体での予約が入っていた。お客様がやってくると、榎さんのスイッチが入った。数人分のジョッキを軽々と扱い、さっそうとテーブルを移動する様は、武士の身ごなしにも似ている。榎社長と話がしたくてとやって来るお客様もいる。焼き鳥の味同様、榎さんもお店にとって欠かせない名物なのである。



かつての外飲み用窓枠棚板 量み式カウンター
スタン・ハンセンのサインが

と忠実に守り続けてこられたからだ。串焼の値段は十数年変わっていない。レアで供されるレバーの新鮮さが、仕入れの確かさを彷彿とさせる。その手抜きなしの真剣さにも、客は酔うのである。新しい店舗には、店主青木信宏さんの趣味がそこかしこにうかがえる。古い絵馬や釣り道具を眺めながらの一杯も、また新しい青樹の楽しみである。



酒蔵かつぱ

東京都港区新橋4-19-1 電話：03-3431-7928

営業時間：16:00～23:00(月～金) 17:30～22:00(土) ((日祝定休) お取り扱い商品：ホッピー、黒ホッピー・55ホッピー



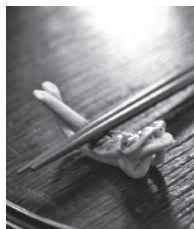
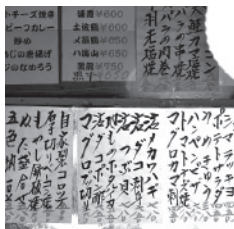
コの字カウンターには独特の魅力がある。真ん中に店の主人が立ち、客がそれを囲む。会話の相手がいないとも、店主の一手一投足を眺めていれば酒のアテになる。酒蔵かつぱは、今年の始めに出版されたコの字カウンターの本にも掲載され、古くは吉田類さんの酒場放浪記の第1巻にも登場する名店である。創業は昭和54年。居酒屋メニューが並ぶお品書きのなかに一ひねりした名前がある。例えば、ぬたの盛り合わせ。ワカメと分葱に刺身が3品つ

く。味噌は合えずに乘せてあり、味加減は自分で決められる。例えば、もやし鉄板焼。実にシンプルだが、シャキッと仕上げるには熱の加減が難しい。例えば、ハンペンビザ。ベースがはんぺんなので胃に溜まらず、酒を飲むのに都合がいい。工夫のメニューはお客様を飽きさせないためと、店主の葛山健一さんは言う。老舗といえど日々精進ですと笑う。仕入れは築地だが、「うちみたいな小さいところは、値の張るものは買えない。安くてうまいものを工夫



して仕入れているんです」と、その日のメニューを短冊に筆でしたためる手を休めて教えてくれた。ホッピーは、お客様からの注文で10年ほど前から置くようになった。55ホッピーもある。

息子の正徳さんが、コンビーフカレー炒めをつくってくれた。コンビーフの量もたっぷりでキャベツとともにカレー風味も香ばしく、食欲と酒欲をそそる。これには黒ホッピーも合いそうだ。おいしく安く旬のものをいただきながら、ほろ酔いな新橋の宵である。



◆新橋

炉端 武蔵 烏森口店

東京都港区新橋3-19-7 電話：03-3431-3285

営業時間：16:00～23:00(月～土) (日祝定休) お取り扱い商品：ホッピー、黒ホッピー



注文をすると、野菜や魚が目前で焼かれ、櫓の上に皿を乗せて、膳に届けられる。そんなスタイルが珍しいと、この店には海外からの観光客も押し寄せる。炉端焼きはかつて大流行したことがあった。その一部は次第に高級店化し、庶民的な料金で楽しめるものではなくっていった。そんなこともあって、炉端焼きの店は淘汰された。炉端武蔵は、その中にあって、昭和55年の創業以来新橋の地で続いている。店主の鈴木隆さんは、もともと千葉で炉

端焼き店を始め、東京へ進出してきた。「大衆料金でそれなりのもの」というのが店のモットー。常に旬の食材を用意し、新しいものをロスなく使い切ることを心がけている。「そうすれば低料金でご提供できるので」と鈴木さんはいう。お客様が来たいと思える店にするには、どうしたらいいのだろう。鈴木さんに訊ねてみた。値段と、うまさ、雰囲気。それらをすべて揃えてお客様に楽しんでもらうことだと、鈴木さんは答えてくれた。290円メニューというの



がある。野菜も魚介類も豊富に揃い、まぐろぶつまでも290円だ。「最初は250円でずっとがんばってきたけれど」と鈴木さんはいうが、いやいや、290円でも十分に安いですから。こあがりが20席、テーブルが18席だが、なんといっても炉端のカウンター16席がこの店の特等席。浴衣姿の店員さんが手際よく焼いてくれるのだが、焼くにも技術が要るそう。空豆を鞘ごと焼いて、そのほくほくを頬張れば、冷たいホッピーがまたうまい。



石 渡 光 一

嵐の自叙伝

Autobiography of a storm by Koichi Ishiwatari

第八回

「水を求めて調布へ」編

昭和40年代、東京はまだ個人商店などが多く、あちこちの店の前の道路は軒下もわが家という感覚で物が置いてあった。飲料水屋ってのもご多分に漏れず1ケース分は自分のうちという感覚で歩道にはみ出して荷物を積んじゃうのが当たり前だった。道路が倉庫代わりだ。それはそれでいいんだけど（良くないか）、問題は麦芽の搾りかすを捨てる場所を歩道沿いにつくっていたことだった。ふた付きのごみ溜めだ。そこに、それほどきつく搾らない麦芽のかすを捨てる。すると、その搾りかすから汁が出て、歩道をツーっと横切って流れる。搾りかすは二日ほど経つと匂ってくる。歩道に出てくる汁も当然匂う。くさいのなんの。通行人がみんな鼻をつまんだり、苦々しい顔をして通り過ぎる。近所の人たちは、石渡さんだからしょうがないと文句は言っていない。お向かいの交番のおまわりさんも見て見ぬふりをしてくれる。でも僕は、こんなことではいけないと思っていた。だいたい、工場は戦後隣りから隣へと買い増しや借り増しして建てたもので、バラックが出发点でつぎはぎに伸ばしてきた。全体がバラックみたいなもんなんです。だから、こんな工場ですらいつまでやってんだと、親父さんにいった。こんなに他人に迷惑をかけて、こんなところでいつまで続けるつ

もりだよといったら、親父さんは「バカヤロー、ずっとやってんだよ」。だけど、工場だけどこかに移転したほうがいいんじゃないのと、僕は進言した。まだまだその頃は郊外は土地が安かったし。でも、この赤坂だって、当時はまだ坪単価100万円くらいと安かった。バブル最盛期には坪一億円にもなったけれど。親父さんは、その時は聞き流した。そうこうするうちに、地下鉄千代田線の工事が始まった。昭和44年だったかな。うちの真下を地下鉄が通ることになった。目の前で工事が始まり道路が掘り返され、それで親父さんも重い腰を上げるようになった。当時の工事は、トンネル式じゃなくて上から掘って鉄板を敷いていた。その頃ホップを見に行くのによく17号線を走ったが、そこも同じだった。車が通る度に鉄板はガタガタいうし、うちの前は歩道まで掘り返されていた。もう限界だ。親父さんもそう思っただろう。事ここに至って、僕の提案を考え直してみようということになったんだろ。

赤坂では井戸水を使おうと思って井戸を掘ったのだが、浅かったこともあり、ろくろく水が出なくて、水道水ばかりを使っていた。そのころはホッピーもガラナもすべてリターナブルびんだから、洗浄水が大量に要る。だから、本当は井戸水が欲しかった。なので、井戸水が豊富

なところへ引っ越そうというのが、きっかけのひとつとしてあった。もうひとつ条件を付けるとすれば、交通の便だ。都心になるべく近いところがいい。それで、新しい工場の敷地を探してもらい、見つかったのが調布だった。

僕は、新しい工場は最低でも1000坪は必要だろうと頭の中で勝手に計算していた。理想をいえば2000坪くらいはほしい。だからこそ、土地のある郊外の移転を提案していた。赤坂の土地は写真の白線で囲んだところで、終戦後に隣接地をどんどん買ったり借りたりしたので合わせて300坪ほどあった。そのうちの100坪くらいを本社ビルの建設用地とし、残りを売って調布工場建設の費用に充てた。調布の土地は坪15万円で買った。売上の差額がそんなになかったので400坪で精いっぱいだった。調布の土地は、はじめは横に長く買おうとしたのだが、その半分が不在地主で売買できないということになり、縦長に買った。のちにその不在地主の土地は、借りることができて倉庫を建てることになったのだが。

土地の話のついでに、調布工場が稼働してからの話だが、製造工程から出る廃棄物にホップと麦芽の搾りかすがあった。両方ともだんだん量が増して、その廃棄に困ってきた。それでも麦芽の搾りかすはとても良い牛の餌になるので、近所の酪農家がトラックに積んで喜んで持って行ってくれた。その中に軽トラックでやってくる仲の良い夫婦がいた。彼らは自分の土地を坪1万円で売ってしまったと、来る度に嘆いていた。ということは、うちだって2〜3年早ければそれくらいの値段で買えたということだ。そうすれば1000坪どころか4000坪や5000坪の土地が買えたのにと、こっちが泣きだくなってしまった。麦芽の搾りかすには需要があったが、ホップのかすには引き取り手がない。ふと横を見ると隣の土地は雑地で空地だ。まあ、その当時のことでお許しいただきたいのだが、こんなよい捨て場はなかった。はじめは小さな穴を掘って遠慮がちに埋めていたが、そのうち気が大きくなると穴も大きくなってどんどん埋めた。そうこうするうちに不在地主の行方がわかり、正式に土地を借りることになった。ところが、整地する段になって困った。

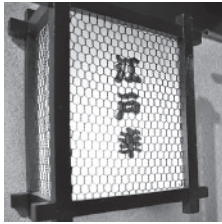
掘り起こすと、ホップは腐りにくいのでほとんどが捨てた状態で出てきたのだ。今度はその処分に往生する羽目になった。因果応報とはこのことだ。あっちこっちにできた大きな穴は、整地をした後も歪んで凹みができるので、こちらも何度も補修する羽目になってしまった。余談だが、ホップを埋めたところの雑草は背丈が3倍に伸びた。ホップはいい肥料になるのではないかと思う。ホップのかすを使って、なにかに役立てることができないだろうか。

さて、整地が終わってそこへ倉庫を建てようとしたところ、地主がちゃんとした基礎工事を必要とするようなものはつくらないでくれ、地上権の発生するものはダメと言ってきた。そこでやむなく下に車が付いているテ



赤坂時代の工場の最後の全景。白線内が敷地。工場の解体が始まったところで、母屋がすでに壊されている。地下鉄千代田線工事の橋が道路上に建っている

ントハウスにした。ホッピーが15000ケース置ける結構大きなものが出来上がった。1ケース30本入りだから、45万本のホッピーを収容できる。ところが、完成から10日経ったところで台風が来て、あろうことかテントハウスは根こそぎ持っていかれてしまった。残ったのは、あ〜というため息だけ。寸分の隙間もない構造が原因だった。それで風を抱き込んでしまったというわけだ。そこで、所々に隙間を入れて作り直したら、布地そのものは丈夫なので、結構長持ちをして、今でも使っている。



News

祝！江戸幸30周年。

●江戸幸
大阪府大阪市中央区平野町3-1-7
大阪屋セントラルビル
電話：06-6222-0857
営業時間：11:30～13:15/17:30
～22:00(土日祝定休)



大阪で本格的な3冷ホッピーが飲める店のパイオニア的存在である江戸幸が、この度開店30周年を迎えられた。お客様からの話でホッピーを知り、導入するにあたっては、わざわざ東京浅草まで視察に行ったという店主の山口博敬さんは、ホッピーミーナが大阪の父と尊敬する人物だ。3冷についても、ご自身でおいしい飲み方を工夫されて編み出した。それが偶然にもホッピービバレッジが推奨する3冷だったというのはあとで知る。当然の帰結というか、偶然というより必然というほうがふさわしい。その慧眼に改めて感服するのである。

この30年間で、大阪でもホッピーをお飲みなるお客様は確実に増えたという。先日、10年ぶりにやってきたお

客様が、いきなりホッピーを注文されたという。お店の誕生日のこの日も、わざわざ神戸から3冷ホッピーをめざして来店されたお客様がいた。いまや江戸幸は関西圏でのホッピーの聖地だ。

うずをつくって注ぐ「トルネード」、ドバツと入れて泡を立てる「ドバイ」。注ぎ方に名前を付けているのも、笑いの王国大阪ならではの。山口さんご自身も学生時代落語研究会のご出身というから、洒落がわかっていらっしゃる。30年続くメニューは、おかからポテトサラダとぎずし。ぎずしとはしめサバのこと。合わせ酢で締めて、一旦流し、再度酢で締めるという。これがまたホッピーによく合うようにできている。というわけで、大阪の夜は、3冷ホッピーの乾杯で更けていくのだ。



Media

10年ぶりのタモリ倶楽部で、「ホッピーの浮気相手を探そう！」

4月19日に放送されたテレビ朝日「タモリ倶楽部」にホッピーミーナが出演した。テーマは「たまには他の酒でも割りたい♡ホッピーの浮気相手を探そう!」というもの。焼酎以外のお酒とホッピーとの相性を探ろうという内容だった。番組の冒頭、まずは本妻(?)である焼酎のホッピー割りで乾杯。ついで、ゲストが持ち寄ったお酒が次々とテーブルに上がった。白ワイン、マッコリ、レモンチェッロ、ウイスキー、紹興酒、カレーア、テキーラ、日本酒、ラム、ミントリキュール、シェリー。それぞれのお酒をホッピーで割って飲みその味を審査するのだが、みなさん本気飲み。収録だけで70本のホッピーが空いた。そして、出演者の皆さんが選んだのは、レモンチェッロ。タモリさんはホッピーで割ったうえに、さらに黒ホッピーをチョイ足して、「これはいいね」と。このほかにも、ラム+黒ホッピー、テキーラ+黒ホッピー、カレーア+ハーフ&ハーフ(ホッピーと黒ホッピーを半々)にも人気が集まった。

いろいろなお酒と組み合わせていたが、案外、どんなお酒とも仲良しになれるということがわかった。ホッピーのふところの深さが示されたところだろうか。あなたもたまには浮気してみませんか。

【レモンチェッロとホッピー】

レモンチェッロ1:ホッピー5の割合で。大人の恋の味だそうです。黒ホッピーを少しだけ足すと、さらに風味がまして、タモリさんお気に入りのカクテルに。



レモンチェッロ+ホッピー



レモンチェッロ+ホッピー
+黒ホッピー(ちょっぴり)+チェリー



Hiring Ceremony

第7期6名。PEから社員へ。 4月1日、2013年度入社式。



ホッピービバレッジ2013年度入社式が、4月1日、赤坂で執り行なわれた。今年は新卒第7期となる。ラッキーセブンの6名となるか、これからの彼らのがんばり次第だ。PE(内定者の呼称)の時から見ると、彼らはよりたくましくなっているように見えた。7ヶ月余りの研修期間を経て、精神的に成長しているように思える。入社式では、今回初めてホッピーピープル心得30箇条が披露されたが、新入社員たちは条文を暗誦してみせた。辞令、社章に続いて、彼らには7つ道具が支給された。スーツ、靴、ネクタイ、ワイシャツ、鞆、分厚いスケジュール帳、5色ペン、デジカメ、折り畳み傘など。数え上げると7つでは足りない。栓抜きも含まれているのは、ホッピービバレッジならでは。

◆石渡光一会長訓辞

「皆さんは入社してからの目的を持っているか。人生で大事なものは、やりがいを持つことだ。感激できるものを持つことが、人生には大切。感動がなければ、人生はもったいない。私たちがなんのためにホッピーをつくり、飲んでもらっているか。収益のみを追求してはいけない。社会貢献がなければ、意味はない。それが、皆さんのやりがい、生きがいになる。潜在能力は必ずある。これを目覚めさせて、自分でもびっくり



するような力を発揮してほしい。身体も精神も健康で、生きがいのある人生を送ってほしい」

◆石渡美奈社長訓示

「昨日まではPE、しかし、今日からは社員。それは、世界が大きく違う。皆さんはすでに他社の内定者よりはるかに社員に近いはず。それだけの時間を費やし研修を積み重ねてきた。自信を持ってほしい。しかし、実際に働かないとわからないことがある。私たちからも伝えられないことがある。わからないことをわかったふうにする必要は一切ない。恥ずかしいのは意味のないプライドだ。だから、無知の知で、これからの4年間で、社会人意識を体得してほしい」



Management Plan Exhibition

第70期経営計画発表会 @ 六本木アカデミーヒルズ 49

4月8日、第70期経営計画発表会が六本木アカデミーヒルズで開催された。今年は前半のプログラムを仕事式とし、後半の経営計画発表会と分け、「始事式・経営計画発表会」という二部構成になった。

始事式では社訓唱和、ホッピーピープル心得30箇条のあとに、会長より前日に知らせのあったモンドセレクション受賞の報告があり、会場は一気に高揚した気分にあふれた。ついで2013年度新入社員紹介があった。この日は新入社員のご父兄も列席されており、晴れがましい場に立つ我が子を見守った。さらに、辞令交付、社員表彰があり、最優秀社員賞は、営業部門から藤咲正、製造部門から横山健一が選ばれ、副賞として秋にドイツで開催されるインターブラウへの研修が告げられた。

さて、第2部の経営計画発表では、～「課題達成型組織実現のための一貫性のある実行力へ」の再チャレンジ～というサブタイトルがついていた。礎の大切さを3.11で再認識し、そしてそれは建物人も同じで、人間力として



礎ができていれば困難を乗り越えられる。第70期は、さらにその礎をしっかりとつくってゆくことを宣言した。組織は人なりという言葉があるが、組織図を作れば組織が成立するわけではない。人が人を支え合って組織は有機的でみずみずしいものになる。自分への思い、他者への思いが成長エネルギーになる。オーバーアチーブとは期待を越える成果を上げることだが、それを可能たらしめる人材。それがホッピーピープルの姿

だ。それを目指す。第70期は、組織がさらに重層的に有機的つながりを持って繋がる。例えばコンピテンシーモデル(規範とする活躍者)の考えだ。4年目社員が2年目社員を指導する。2年目社員はPE(内定者)の指導にあたる。そうやって自らが規範となることで自身も成長できる。試験的に行なったこの方式が実効性を伴って成果を上げた。今後もこれを進化させていく。



今年最初の青赤横丁に、爆弾低気圧来襲。

4月6日、急速に発達した温帯低気圧、いわゆる爆弾低気圧は台風並みの暴風雨をともなつて日本各地に大きな被害をもたらした。折りから東京調布の味の素スタジアムではJ1リーグ第5節FC東京対大宮アルディージャ戦が開催され、今年ではじめての青赤横丁が開かれた。なんとという巡り合わせだろう。去年の最後の青赤横丁も、歴史に残るほどの豪雨の中でのゲームとなったが、この日もその再来となるのだろうか。青赤横丁の会場となる味スタ南側の広場は、強い風が吹き荒れ、どのブースもその対策に追われた。キッチンカーを持つブースは、車を風よけに利用して、風下側にテントを設置、広場全体でも、店舗はいつもの位置とは異なり、南から吹く風の堤防となるように、広場を横断する形にキッチンカーを配置し、暴風に備えることとなった。キッチンカーを持たないホッピーブースは、風を逃れるために、やむなく階段下にブースを移動しての開店となった。やむを得ない措置ではあったが、



スタジアムから広場に下りる階段の裏に設置されたホッピーブース。広場からみても、どうしても目立たない



横に並んだキッチンカー。強風はテーブルにも容赦はしない



ホッピーブースへの誘導を試みる、アピール隊。この日は、観衆も少なく、青赤横丁のテーブルも持ちちぶさた

青赤横丁に集まるサッカーファンの目にも付きにくく、また、風を避けたはずのこの場所にも暴風は吹き込み、人々がくつろぐスペースにはなれなかった。天気予報で暴風雨が予想されたこの日は、サッカー観戦の出足も鈍く、約14000人と通常の半分の観衆で、全

体的に低調な青赤横丁となった。やはり屋外のイベントは、天気には勝てない。しかし、次こそはと、5月の青赤横丁に思いを馳せるスタッフであった。次こそは、ずっとあたためてきた秘策を披露できると、スタッフの一人がふと漏らした。果たしてそれは。次ページに続く。

タコスとホッピーのコラボ。青赤横丁に、新名物。

5月6日、前回からちょうど一月後、今年2回目の青赤横丁が場所も同じ味の素スタジアムで行なわれた。前回の爆弾低気圧とは打って変わって、この日は快晴に恵まれ、また、前節まで3連勝と波に乗るFC東京の好調ぶりとも相まって、青赤横丁には早くからファンが押し寄せた。さて、今回のホッピーブースは、いつもよりにぎやか。それというのも、アンペクアトロのタコスとコラボしているから。これが、前ページで言っていた秘策。アンペクアトロはホッピービバレッジ赤坂本社ビルの地下1階にあるラテンライブハウス。音楽もお酒も楽しいのだが、ママさんの作る料理が絶品で、赤坂通には有名な隠れ家的存在。そこのタコスを、ママさん自らが焼いてくれる。チョリソーに巻いて食べるのだが、そのモチモチとしたうっすら甘さのあるタコスが、樽黒ホッピーに合う。あまりに合い過ぎて、



アンペクアトロのママがその場で焼いてくれるから、うまいわけです。絶品タコス、いただきます



タコスと樽黒ホッピーは、この日のベストマッチ。深大寺生ビールでも、もちろんうまい



開門前はスタンドの席を確保するために並んでいたファンが、次は青赤横丁のブースに並ぶ。「いなご」とも称される、食べることにかけては他チームの追隨を許さないFC東京ファンである

取材を忘れお替りしてしまったのは、内緒。かねがね、ホッピーに合わせるおつまみがあればいいと思っていたホッピービバレッジと、青赤横丁に東京の名物をつくり

たいというFC東京と多くのファンとの思いが、こんなコラボという形になったわけで、皆さんの評価が待たれるところだ。

さて、ゲーム開始ぎりぎりまで青赤横丁を楽しんだFC東京ファンは、2点



のビハインドを終了ぎりぎりに追上げて引き分けに終わった試合を堪能。約28000人の観衆は前回のおよそ倍だったが、キッズ観戦者も多く、ホッピーブースの売上げとしては記録更新はなかった。次回は、8月。さらに秘策が練られるのか。楽しみである。



65th HOPPY BIRTHDAY★2013

7月7日 東京タワーで、トウキョウドリンク 「ホッピー」の65周年イベントを開催。



ホッピーの記念すべき65回目の誕生日は7月15日ですが、そのちょうど一週間前、7月7日七夕の日に、ホッピー誕生65周年イベントを開催することになりました。場所は、ずっと東京のシンボルとして愛されてきた東京タワー。東京のど真ん中赤坂で生まれ、東京で愛されてきたホッピーには願ってもない会場です。常日頃大変お世話になっている方々をお招きしてこれまでのご愛顧に感謝するとともに、ホッピーを新しいスタイルでリラックスして楽しんでいただけるクラブイベントを予定しています。当日は、ホッピーにゆかりのあるアーティストが出演予定です。

また、東京タワー55周年とホッピー65周年を記念した、ホッピーコラボボトルも計画中です。当日にお披露目いたします。こちらもお期待ください。



ホッピー 65周年ラベルは まもなくお手元に。

ホッピー誕生65周年の記念ラベルが完成しました。65の数字とびんをあしらった爽やかな印象のマークをあしらっています。これから出荷されるホッピー330用です。お手元にお届けできるのもまもなくです。どうぞよろしくお願いいたします。

速報！65周年ホッピーキャップ



メジャーリーグ全球団にベースボールキャップを供給しているニューエラ社が、ホッピー65周年にあわせてキャップをつくりました。デザインは8タイプ。発売は8

月中旬予定。価格は、5,670円。発売日時やショップ等の情報は、詳細がわかり次第、またお知らせします。



65

ホッピー誕生65周年イベント

日時 2013年7月7日
会場 東京タワー フットタウン タワーホールA2
プログラム 特別ゲストによるクラブイベント
※なお、予定は変更される場合があります。

ホッピーの素・物語 ②

【ホップの量は、ビールの2倍】

ホッピーをかたちづくるもの、それぞれにストーリーがある。

「ホッピーの素・物語」第2回めは、ホップの話。

1 ホッピーには2つのホップが使われています。
ビターホップ=苦味用と
アロマホップ=香り用です。
これは、ビールも同じ。

2 ビターホップには、 α 酸が多く含まれています。
この α 酸が多いか少ないかで苦味が決まります。

4 さらに、煮沸が終わる10分前にアロマホップを入れます。
アロマホップからは苦味成分は抽出されず、香りだけを麦汁に残すことができます。

3 ホッピーをつくる際、まず、麦芽と水で麦汁をつくります。
この麦汁を100度以上にあげて煮沸殺菌します。
この煮沸を始める時に、まずビターホップを入れます。
ぐつぐつと約90分間煮込むことで、苦味成分が抽出されます。

6 さて、ここでビールとホッピーの大きな違いがあります。
ホッピーに使うビターホップの量は、ビールよりも1.5~2倍ほど多いのです。
これは、ホッピーにビールよりも多く苦味成分を含ませるためです。
焼酎などお酒と割って飲む時に、きりっとした風味が出るようにするためです。
ちなみに、アロマホップはビールと同じ量です。

8 そもそもホッピーという名前の素になったのが、ホップでした。
このホップを手に入れられることがわかり、創業者石渡秀はホッピーをつくることを決意したのでした。
そのホップをふんだんに使ってつくるホッピー。
なんだか、今夜の一杯はありがたさが2倍増しになりそうです。

5 ビターホップをどのタイミングで入れるかによって苦味の強さが変わります。
そこがホッピーをつくるうえでの、肝のひとつ。
これは、ビールづくりでも同じです。

7 つまり、ホッピーは、通常のビールよりもコストが断然かかっているということです。
なんか、意外ですね。
さらに、いえば、ホップは原材料の中でも高価な部類です。
ホッピー用のホップは、アロマもビターもドイツ・ハラタウ産のものを使っています。





ホッピー栄養士の クッキング★ラボ [第4回]

松下まり子を ナイスバディにする料理。

赤坂本社管理部門財務・総務チームの松下まり子は、基本的に食が細い。小学校の学校給食を完食したのは、6年生の時に一度だけ。それも量を少なくしてもらってだった。余り食べなくてもばりばり動けるのを「エコ体質で、燃費がいいんです。いいパフォーマンスしますよ」と言うのだが、ファッションモデルのような細いボディに会社の財務を背負わせるのは重過ぎないか、もっと体力をつけてもいいんじゃないかと、傍からみていると心配になる。そこで余計なおせっかいとは重々承知の上だが、彼女をもう少しふくよかにさせるための料理を作り食べてもらうことにした。題して、「夏に備えて松下まり子をナイスバディにする料理」。ボディではなくバディだ。そこ大事。これを食べて、海が大好きな彼女の水着姿がもっともっと魅力的になりますように。

「お肉を食べない松下さんに、
鯛茶漬けとほうれん草のお浸しです。」



料理を担当したのは、松下の部下でもあるハルーナ(宮崎陽奈)だ。ハルーナ「和食好きと聞いているので魚を用意しました。少なくともお肉がつつ食べるイメージではないし。しっかり食べてもらえるメニューをかんがえました」

松下「ありがとう。でも、お肉も食べますよ。あなたや島根さんがおいしい店を見つけたと私を誘いに来る時って大抵お肉の店でしょ」

ハルーナ「んー。んー。では、召し上がってください」

松下「スルーされた。はい、いただきます」

ハルーナ「まずは、鯛のお刺身は昆布締めをしています」

松下「醤油は要らないかも。しっかり味がついていて旨味そのものって感じですね」

ハルーナ「ほうれん草のお浸しは、醤油で洗いました。アクもとれるんです。ごまだれは、黒胡麻がお肌にいいかなと思って。朝に強くなります」

松下「アンチエイジング、考えなくちゃだわ」

ハルーナ「では、鯛茶漬けにしましょうか」

松下「あっさりしているけれど、出汁と塩がしっかり効いている。私は夜に炭水化物を摂ると次の日胃がもたれるんだけど、これなら食べたあと幸せな気分です」

ハルーナ「鯛茶漬けにはちょっとだけ山葵を足してください。そこがポイントです」

松下「全体的にやさしく気づかってくれる料理に思えました。どうもありがとう。ごちそうさま」

♪ハルーナの ひと口メモ♪

●醤油洗い(しょうゆあらい)とは 材料に醤油をふって余計な水分を除くこと。代表例が、「ほうれん草のおひたし」です。茹でて水気を絞ったほうれん草に醤油をふりかけて軽く絞る、というこの方法が醤油洗いです。その後に、だし割り醤油などで和えます。醤油洗いすることによって、水っぽさがなくなり、アクも取れてすっきりとした味に仕上がります。魚介や肉類の生臭さを抑え、味のなじみをよくするためにも用いられます。

●鯛 脂量が少なく消化に良い魚です。カリウムを豊富に含んでいることから、余分なナトリウムの排泄を促し、血圧をコントロールします。また、タウリンも含まれており、動脈硬化などの生活習慣病を未然に予防し、血中のコレステロール値を低下させると言われています。

●黒ゴマの効能 抗酸化作用、肝臓の強化(二日酔い予防)、がん予防、悪玉コレステロール抑制、老化予防、ストレスの緩和など。

つくりかた

♥鯛茶漬け

●最初に鯛の昆布締めをつくります。

1. パットに水と酢を1:1の割合で入れる
2. 乾燥昆布をさっとくぐらす
3. 刺身用の鯛をパットに並べて塩を振り、15分ほど置く
4. 鯛の水気が出てきたら、清酒で湿らせたキッチンペーパーで優しく拭く
5. 酢水にくぐらせた昆布の上に乗せ、海苔巻の様に巻く
※鯛の両面が昆布に必ず触れるように
6. 巻き終わったら、ラップで包んで冷蔵庫に入れて2時間程置く
※1日寝かせるとより味が染み込む
7. 2時間たったら、昆布から鯛を剥がし、皿に盛りつける
※付け合せで大葉があると良い



●まずは刺身として食べて、食べきれない分をお茶漬けにします。＜鯛茶漬け＞

1. 出汁を作る。鍋に水と昆布を入れて火にかける
2. 沸騰寸前になったら、鍋から昆布を取り出す
3. 醤油、みりん、清酒を加え、味を見ながら塩を足して味を調えて完成
4. 三つ葉を1cm幅に切る
5. 小丼にご飯を盛る
6. 昆布締めした鯛を乗せる
7. 三つ葉を飾る
8. わさびを少し乗せると、味が締まる
9. お好みの量の出汁をかける



♥ほうれん草のお浸し(ごまだれ)

1. 沸騰したお湯にほうれん草の茎から入れて、さっと湯通しする ※茎だけ10秒程ゆでたら、全て投入する
2. 流水で締めた後、よく水気を切って、一口大に切り分ける
3. パットに並べて醤油をかけ、15分程置く(醤油で洗う)
4. 軽く絞り、小鉢に盛る
5. 黒ゴマに、鯛茶漬けで作った出汁を少しずつ加えながら伸ばす
6. 味を見ながら、醤油を少しずつ加える
7. ねっとり流れ出るくらいの粘りになったら、4のほうれん草のお浸しに適量かける



未来予想図

～ホッピーの、次のステージは、彼らの手の中に～

person 8: よこやまけんいち
横山健一

「生き生きとした工場へ、率先して。」

工場をこれからともに良くしていこうと話していた同僚が、辞めていった。予兆はあったが、「まじかよ」と思った。脱力感の中に埋もれ、「じゃ、おれもいいかな」と思った。そんな心が折れた中でも、これでホッピーがほんとにつくれなくなったなら、お客様のと



は思っているからだ。いちオペレーターとして仕事に携わっていると、どうしてもそのパートだけに集中してしまう。それではせっかくの人財が活かされない。彼らの能力は、現場でいっしょに働く横山にはよくわかっていました。そして、今、適材適所で新しい組織

図ができた。それが機能するにはもう少し時間がかかるだろうが、目指すのは工場の活性化だ。一所懸命やる人とそうじゃない人が混在すると、温度差で亀裂を生むことがある。よし、明日もがんばろうぜと思う気持ち、熱気は、生き生きしている人にしかつくれない。それを目指すためには、まず自分が前向きでなければと横山は思っている。リーダーのメンタルは部下に伝搬する。自分が疲れているとみんなが弛れる。だから、とにかく元気で、前向きで行こうと決めた。先日初めて、年下の神田君が「横山さん疲れているから、おれ、通しでやりますよ」と言ってくれた。心遣いがうれしかった。彼の思いは、伝わっている。

調布工場の組織デザインは、今年大きく改められた。組織の再編成にあたっては、横山自身もアイデアを出した。これから先の工場の姿を自分なりにイメージして、ベテランの方たちの経験や得意分野を生かした部門を設置し担当してもらうことを提案した。彼らが工場全体を守ってくれる人たちだと、横山

予告

第3回赤坂食べないと飲まナイト 6月11日(火)・12日(水) 開催決定! @赤坂2丁目界限



地域の飲食店をお得なクーポンで巡る特別な夜、第3回赤坂食べないと飲まナイトが6月11・12日の2日間開催されます。今回は溜池山王方面にもエリアが広がり、新しく参加する店舗も11店と、ますます充実。古くから粋な食の世界があった赤坂は、いまや国際色も豊かに世界の食文化が集約された街です。食べないと飲まナイトの2日間は、まさにこの「東京グルメ交差点」赤坂をお得にご堪能いただける特別な夜。皆様のお越しを赤坂の街中を挙げてお待ちしております。



赤坂2丁目のお店の方々を中心とした、食べないと飲まナイト実行委員会。クオリティの高いサービスを心がけて、赤坂の夜を盛り上げます



赤坂コンシェルジュとして、ホッピービバレッジ社員が街角に立ち、お店をご案内致します。道案内やお店セレクトのご相談など、なんなりとお声をおかけください。ピンクのシャツが目印です



ホッピーミーナの社員“共”育奮闘記neo vol.17

長寿人気番組「タモリ倶楽部」からお声をかけていただき、久しぶりに番組にお邪魔した。思えば、私が大きく変わり始めるきっかけとなった、最初のタモリ倶楽部出演から10年が経っていた。そして、またしても私と会社がともに変化をし始める時期にお呼びいただくという、不思議なご縁を感じた。10年前の一回目は、たった一人で収録現場に向かった。その頃は旧態依然とした社内を改革しようと孤軍奮闘していた時期だった。TV出演の価値をわかっている人もなく、その後の反響を聞いてもそれを組織としてどう活かすかという動きすら誰もとろうとしなかった。社内的にはアンチ石渡で凝り固まっており、社長の娘が好き勝手やっていると見方しかされていなかった。それが、今回は総勢5人で現場に伺った。私の片腕であるゼネラルマネージャー、今回出演させていただくことを販売の現場でいちばん活かせる営業部門の代表、広報担当者、そして調布の製造部門代表と、曲がりなりにも組織としてタモリ倶楽部の撮影現場に行けたことが私には会社の成長のひとつの証しに思えた。ゼロから初めて10年、自分もがんばったと思うし、みんなもよく付いてきてくれたと思う。そして、ここが、また新たな変化が始まる潮目なのだと、同時に思った。

たったの10年なのか、10年もかかってしまったのか、夢中でやってきた時間を振り返っても正直よくわからない。しかし、10年振りにタモリさんにお会いしたという節目で、私には、会社のマネジメントというのは10年がひとつの単位ではないかという実感ができた。ひとつのことが形になっていくためには、あるいは、社員の成長を見ていくにつけ、10年という歳月が必要

だとつくづく思う。2000年の初め、停滞ムードに支配された組織に、会社の将来にとにかくにも危機感を抱き、その気持ち一つで改革へと乗り出した、今思えばそら恐ろしい無謀な時代、試行錯誤を繰り返し、100戦99敗の日々の結果、今、ようやく第三創業3代め体制の骨格が見えてきた感じはある。しかし、それもまだ基礎の礎にすぎない。古事記を引用させていただくなら、伊邪那岐命（いざなきのみこと）と伊邪那美命（いざなみのみこと）が海中で矛をゴロゴロまわし、日本列島の原型ができた、その状況に感覚は近い。

契機

最初にタモリ倶楽部から声をかけていただいた頃が、私の大きな転機だった。JC（東京青年会議所）で私の目指していた役割も一段落ついて、父からはいずれ3代めのバトンを渡すと言われ、いよいよ本気で跡取りという責務に向き合う時だと感じ始めていた。そこから経営とはなにか、会社とはなにかを考え始め、手羽先で有名な世界の山ちゃんの山本社長（当時）に教を乞い、中小企業を教える神様と言われた一倉定先生の経営計画書を用いた経営を知った。そこにもうひとつ、JCの先輩から経営品質という概念を教わり、それについても深く学びたいという気持ちが芽生え、それらすべてが同時期に起こった。現在あるホッピービバ

レッジの土台は、もちろん100年の営みの中で構築されてきたのに間違いない。そのどっしりとした礎に支えられ、10年をかけて、今後の3代目経営の基礎的枠組みを作ってきた。やり方を知らなかったので、泥もかぶったし返り血も浴びた。例えるならば、多少物騒な表現だが、私は刀を抜き銃を放ちながら身体を張って前線で戦ってきたといった感じであろうか。それ以外に方法を知らなかった。そして、この10年間を経て、現在、組織は再び変革期を迎えていると感じている。私がワントップで組織を牽引する時代は過ぎ去り、リーダークラスが組織を支えて行く組織成長における次のステージにさしかかっている。だから、私自身がまず脱皮しなければならない。そのひとつとして、たとえば新卒採用の現場でよく使われる「社長と社員の距離が近い」という言葉は封印しようと思っている。社員一人ひとり

10年前、私は一人でタモリ倶楽部の収録現場に伺った。
そして今回、私には四人の社員が同行し、収録を陰で支えてくれた。
10年は次へのステップボード。

を見つめたマネジメントは、私のマネジメントの肝なのでそれは揺がないし、社員一人一人との直接の対話は大切にし続けるが、お互いに甘えが発生するような近さは変えないと、お客様のことを想い戦える組織にはならないと思っている。私がぬるま湯から脱さなくては、真剣に仕事をしたい社員を逆に疎外することになる。3代めのバトンを頂いてから、私には取り組みたい課題が無尽蔵に膨れ上がっていくばかりだ。本音では寝る時間も惜しいくらい。しかし、若い頃のようなヤンチャは効かない。体力勝負は基本的に若い社員にまかせて、私は戦況を見つめ、上がってくる報告を分析しながら、時には自分で情報を取り、立てた仮説の実行と

検証を繰り返す知的戦いに徐々に変えていく。その際、大切なことは、実行できていることとできていないこと、抱える課題を正しく認識することだ。タモリ倶楽部に呼ばれたことはとてもうれしい出来事だったのだが、そう思う直後に、私には、これから始まる新たな10年を意識して、緊張感が強くなっているのを自覚した。じつは、そうやって自分を追いつめるのが好きだ。経営者は皆そうかと思う。経営者とは、決して現状に満足することなく常に獲物を追い続ける貪欲な狩人のようだ。私は理論と実践の両輪で経営を進めるということをWBS（早稲田大学ビジネススクール）で教えていただいた。それがまさに今、とても楽しい。そして、修士論文をご指導頂いた寺本義也教授も仰ってくださったが、おそらく、私が作ろうとしているモデルにはあまり前例が無い。それだけに決して楽ではないが、楽しさも

計り知れない。
下野竜也さんという指揮者がいる。彼は踊るように、時には壇上から転げ落ちるのではないかというくらい身体を使って指揮をとる。それが観衆ばかりか楽団員までも魅了し、幾度もアンコールに応えた後に、最後は楽団員が拍手を止めず彼に再びの登壇を促すという、オーケストラに愛される指揮者なのだ。社長として、私も全力でマネジメントを表現できる指揮者になりたいと強く思う。若い社員たちから、この人とともに働きたいと思ってもらえる指揮者を目指す。それは、2010年、3代めのバトンを譲り受けた時の自分への誓いだ。

告 知

★6月7～9日

日本陸上競技選手権大会 「にぎわい広場」にホッピーブース。

@味の素スタジアム

場所 味の素スタジアム

開催時間 6/7 11:30～18:00

6/8 12:00～18:00

6/9 8:00～18:00

販売 樽ホッピー・樽黒ホッピー・深大寺ビール・瓶サワー他

6月7日(金)～6月9日(日)の3日間、味の素スタジアムで開催される第97回日本陸上競技選手権大会に、ホッピーブースが開設されます。皆様のご来店をお待ちしております。

★6月27～29日

スコッチグレイン・セールで 樽ホッピー。

場所 サンシャインシティ文化会館2F展示ホールD-3

開催時間 6/27 16:00～20:00

6/28 10:00～20:00

6/29 10:00～17:00

ご提供 樽ホッピー(仮)

紳士靴ブランド「スコッチグレイン」でおなじみのヒロカワ製靴の特別セールが、池袋サンシャインシティ文化会館2F展示ホールで開催されます。靴をご購入されたお客様には、樽ホッピーをご提供致します。皆様のお越しをお待ちしております。

こだわりのホッピーをご紹介ください。

ホッピーはどこで飲んでも同じ、ではない。誰の手で作られたホッピーを飲むかを、選ぶ楽しみがあります。あの店のホッピーはうまい、この店の料理とホッピーとの相性は抜群という、お店の情報を募集しています。自薦他薦は問いません。情報をお待ちしております。

▼連絡先

ホッピービバレッジ株式会社 秘書室兼広報 浅見 季美子
(03-3583-8255 もしくは kasami@happy-happy.com)

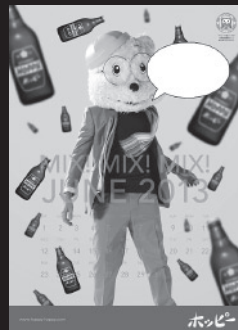
MixMixMix カレンダー

2013年、Mix!Mix!Mix!カレンダーは、さらにスタイリッシュに、刺激的に、魅力的になって、お店を飾ります。



5月

バイクで爽快



6月

Mr. ホッピー×梅雨

編集後記

ニッポン放送「ホッピーハッピーバー」のホッピー65周年企画「ホッピー大使」で、大鶴義丹さん、佐藤二朗さんとお会いし、ホッピーの魅力を沢山教えて頂きました。ホッピーをこんなにも愛してくださっていることに言葉に尽くせぬほど感激。これからもさらに美味しいホッピーを追究し続けます。(37)

いつもご愛読頂き誠にありがとうございます。今号より、新たな企画も立ち上がり、内容も更にバージョンアップしました。全ての方から感謝の気持ちを込めてホビマガをお届け致します。(KMi)

めったに弾かないこともあってウクレレのコードが覚えられない。で、ギターにした。高校時分にやっていたからコードを覚えている。若い時に身についたことは、ずっと忘れないということだ。(to)

Hoppy Magazine(ホッピーマガジン)

第26号(隔月発行) 2013年5月発行

編集長	石渡美奈
編集	浅見季美子
CD	齋藤利也
制作	サイトウスズキ事務所
デザイン	三門真嗣デザインスタジオ
発行	株式会社ホッピーミーナ 〒107-0052 東京都港区赤坂2-15-12 ☎0120-5137-88 www.hoppy-happy.com
印刷	株式会社和田フォトリス印刷